

LES FRANÇAIS ET LES COMMERCE ALIMENTAIRES DE PROXIMITÉ SPÉCIALISÉS

Artisans, commerçants, restaurateurs

**DES CRAINTES SUR
LE POUVOIR D'ACHAT
TOUJOURS PRÉSENTES
ET QUI IMPACTENT LA
FRÉQUENTATION :**

52% des Français ont vu **leur pouvoir d'achat diminuer** au cours des 12 derniers mois.

La fréquentation des commerces alimentaires de proximité reste stable (56%), même si **28%** les fréquentent moins.

➤ A noter que **28%** des moins de 35 ans les fréquentent de plus en plus.

61% ont même **diminué leurs sorties au restaurant et au café.**



Seulement **22%** des Français **disposent de titres-restaurant** qui sont utilisés avant tout en grande distribution.



**MALGRÉ TOUT, UNE IMAGE DES COMMERCE ALIMENTAIRES
DE PROXIMITÉ QUI SE RENFORCE :**

90% ⁺² ont **une bonne image des commerces alimentaires de proximité :**

Image portée par



LA QUALITÉ DES
PRODUITS
86%

LA DIMENSION
HUMAINE
86%



76% ⁺⁴ souhaitent toujours avoir **davantage de commerces alimentaires de proximité près de chez eux**, tout particulièrement les moins de 35 ans (**84%**)

Dans cette optique,

80% des Français **souhaitent une transformation**, au moins modérée, des commerces alimentaires de proximité dans les années à venir.

Les attentes portent principalement sur :

L'ACCESSIBILITÉ
DES PRIX



DAVANTAGE DE
PRODUITS LOCAUX /
EN CIRCUITS COURTS



PLUS DE
TRANSPARENCE
(ORIGINE,
FABRICATION...)

